

SKRIPSI

ANALISIS POTENSI DAN KONTRIBUSI PAJAK REKLAME TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH KOTA MAKASSAR

ANDI FADLI HASAN



**DEPARTEMEN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2017**

SKRIPSI

ANALISIS POTENSI DAN KONTRIBUSI PAJAK REKLAME TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH KOTA MAKASSAR

sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi

disusun dan diajukan oleh

**ANDI FADLI HASAN
A31112305**



kepada

**DEPARTEMEN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2017**

SKRIPSI

ANALISIS POTENSI DAN KONTRIBUSI PAJAK REKLAME TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH KOTA MAKASSAR

disusun dan diajukan oleh

ANDI FADLI HASAN
A31112305

telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Makassar, 16 Januari 2017

Pembimbing I



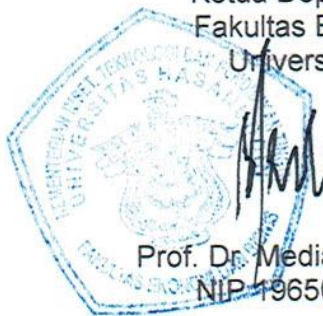
Dr. A. Kusumawati, S.E., M.Si., Ak., CA
NIP 19660405 199203 2 003

Pembimbing II



Dr. Arifuddin, S.E., Ak., M.Si., CA
NIP 19640609 199203 1 003

Ketua Departemen Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin



Prof. Dr. Mediaty, S.E., M.Si., Ak., CA
NIP 19650925 199002 2 001

SKRIPSI

ANALISIS POTENSI DAN KONTRIBUSI PAJAK REKLAME TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH KOTA MAKASSAR

disusun dan diajukan oleh

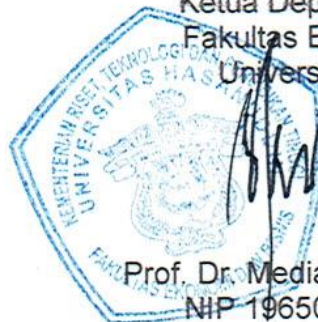
ANDI FADLI HASAN
A31112305

telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
pada tanggal **23 Februari 2017** dan
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,
Panitia Penguji

No.	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr. A. Kusumawati, S.E., M.Si., Ak., CA	Ketua	1....
2.	Dr. Arifuddin, S.E., Ak., M.Si., CA	Sekretaris	2....
3.	Dr. Yohanis Rura, S.E., Ak., M.SA., CA	Anggota	3....
4.	Dr. Grace T. Pontoh, S.E., Ak., M.Si., CA	Anggota	4....
5.	Drs. Deng Siraja, Ak., M.Si., CA	Anggota	5....

Ketua Departemen Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin



Prof. Dr. Mediaty, S.E., M.Si., Ak., CA
NIP 19650925 199002 2 001

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

nama : Andi Fadli Hasan

NIM : A31112305

departemen/program studi : Akuntansi

dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul

ANALISIS POTENSI DAN KONTRIBUSI PAJAK REKLAME TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH KOTA MAKASSAR

adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 16 Januari 2017
Yang Membuat Pernyataan,




Andi Fadli Hasan

PRAKATA

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini merupakan tugas akhir untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini. Pertama-tama, ucapan terima kasih peneliti berikan kepada Ibu Dr. Hj. A. Kusumawati, S.E., M.Si., Ak., CA dan Bapak Dr. H. Arifuddin, S.E., Ak., M.Si., CA sebagai dosen pembimbing atas waktu yang telah diluangkan untuk membimbing, memberi motivasi, serta diskusi-diskusi yang dilakukan dengan peneliti.

Ucapan terima kasih juga peneliti tujukan kepada seluruh pihak Dinas Pendapatan Daerah Kota Makassar yang telah banyak membantu peneliti dalam mengumpulkan data-data penelitian serta informasi-informasi lain yang dibutuhkan oleh peneliti. Semoga bantuan yang diberikan oleh semua pihak mendapat balasan dari Tuhan Yang Maha Esa.

Terakhir, ucapan terimakasih kepada ibu, Hj. Andi Rahmatia, S.E., M.M dan ayah, H. Andi Hasanuddin, S.H, beserta keluarga peneliti atas bantuan, nasehat, dan motivasi yang diberikan selama penelitian skripsi ini. Semoga semua pihak mendapat kebaikan dari-Nya atas bantuan yang diberikan hingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.

Skripsi ini masih jauh dari sempurna walaupun telah menerima bantuan dari berbagai pihak. Apabila terdapat kesalahan-kesalahan dalam skripsi ini sepenuhnya menjadi tanggungjawab peneliti dan bukan para pemberi bantuan. Kritik dan saran yang membangun akan lebih menyempurnakan skripsi ini.

Makassar, 16 Januari 2017

Peneliti

ABSTRAK

Analisis Potensi dan Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Makassar

The Potential and Contribution Analysis of Advertisement Tax to Local Income of Makassar

Andi Fadli Hasan

A. Kusumawati

Arifuddin

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi pajak reklame di Kota Makassar, kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah, efektivitas pemungutan, serta prospek penerimaan pajak reklame. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa potensi pajak reklame yang dimiliki Kota Makassar untuk tahun 2011-2013 mengalami peningkatan dan tahun 2014-2015 potensi pajak reklame mengalami penurunan, namun masih terdapat potensi yang belum tergali secara optimal. Kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah untuk tahun 2011-2015 mengalami penurunan tiap tahunnya. Pemungutan pajak reklame yang dilakukan oleh pihak Dinas Pendapatan Asli Daerah Kota Makassar telah efektif karena mampu melebihi target yang telah ditetapkan. Analisis trend menunjukkan bahwa penerimaan pajak reklame akan terus mengalami peningkatan.

Kata Kunci: Analisis Potensi, Analisis Kontribusi, Pajak Reklame, Pendapatan Asli Daerah

This research aims to determine advertisement tax potential in Makassar, advertisement tax contribution to local income, the effectiveness of the collection, and the prospect of advertisement tax. Methode this research using collecting data technique with interview and documentation. Result from the studies showed that the potential of advertisement tax in Makassar for 2011-2013 has increased and for 2014-2015 has decreased, but there is still untapped potential optimally. The contribution of advertisement tax for local income for 2011-2015 has decreased in every year. Advertisement tax collection by Dinas Pendapatan Daerah of Makassar has been effective because it can exceed the target. Trend analysis showed that advertisement tax revenue will continue to increase.

Keywords: Potential Analysis, Contribution Analysis, Advertisement Tax, Local Income

DAFTAR ISI

	halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	v
PRAKATA.....	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian	6
1.4.1 Kegunaan Teoretis.....	6
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 8
2.1 Landasan Teori dan Konsep.....	8
2.1.1 Dasar Teori dan Pemungutan Pajak	8
2.1.2 Pengertian Pajak.....	10
2.1.3 Fungsi Pajak	12
2.1.4 Asas-asas Pemungutan Pajak	14
2.1.5 Sistem Pemungutan Pajak.....	14
2.1.6 Penggolongan Jenis Pajak.....	15
2.2 Pendapatan Asli Daerah.....	16
2.2.1 Pengertian Pendapatan Asli Daerah	16
2.2.2 Sumber Pendapatan Asli Daerah	17
2.3 Pajak Daerah.....	17
2.3.1 Definisi Pajak Daerah.....	17
2.3.2 Jenis-jenis Pajak Daerah	17
2.4 Pajak Reklame	18
2.4.1 Definisi Pajak Reklame	18
2.4.2 Dasar Hukum Pemungutan Pajak Reklame	19
2.4.3 Objek Pajak Reklame.....	19
2.4.4 Bukan Objek Pajak Reklame.....	20
2.4.5 Subjek dan Wajib Pajak Reklame	20
2.4.6 Dasar Pengenaan Pajak Reklame	20
2.4.7 Tarif Pajak Reklame.....	21
2.4.8 Tata Cara Perhitungan Pajak Reklame	21
2.4.9 Wilayah Pemungutan dan Masa Pajak Reklame.....	22
2.5 Pengertian Potensi	22
2.6 Pengertian Kotribusi	22

2.7	Pengertian Efektivitas	23
2.8	Penelitian Terdahulu.....	23
2.9	Kerangka Pemikiran	24
BAB III METODE PENELITIAN.....		26
3.1	Rancangan Penelitian.....	26
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian	26
3.3	Jenis dan Sumber Data	26
3.3.1	Jenis Data.....	26
3.3.2	Sumber Data.....	26
3.4	Teknik Pengumpulan Data	27
3.5	Analisis Data	27
3.5.1	Analisis Deskriptif Kuantitatif	27
3.5.2	Analisis Potensi.....	28
3.5.3	Analisis Kontribusi.....	28
3.5.4	Analisis Efektivitas	29
3.5.5	Gambaran Prospek Penerimaan Pajak Reklame	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		31
4.1	Analisis Potensi Pajak Reklame Kota Makassar.....	31
4.2	Analisis Kontribusi Pajak Reklame Kota Makassar	38
4.3	Analisis Efektivitas Pajak Reklame Kota Makassar	41
4.4	Analisis Prospek Penerimaan Pajak Reklame Kota Makassar.....	42
4.5	Alur Pelayanan Pajak Reklame	45
4.6	Kendala dalam Pemungutan Pajak Reklame.....	46
4.7	Sanksi Pajak Reklame.....	47
4.8	Upaya Peningkatan Penerimaan Pajak Reklame.....	48
BAB V PENUTUP		49
5.1	Kesimpulan.....	49
5.2	Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA.....		52
LAMPIRAN		54

DAFTAR TABEL

Tabel	halaman
1.1 Kontribusi Pajak Daerah terhadap Pendapatan Asli Daerah	3
1.2 Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Kota Makassar Tahun 2011-2015	4
3.1 Kriteria Kontribusi	29
3.2 Kriteria Efektivitas	29
4.1 Penggolongan/Jenis dan Jumlah Reklame Kota Makassar Tahun 2011-2015	31
4.2 Potensi Pajak Reklame Kota Makassar Tahun 2011-2015 (dalam satuan Rupiah)	37
4.3 Kontribusi Pajak Reklame terhadap Pajak Daerah Kota Makassar Tahun 2011-2015	39
4.4 Kontribusi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Makassar Tahun 2011-2015	40
4.5 Analisis Efektivitas Pajak Reklame Kota Makassar Tahun 2011-2015	41
4.6 Dasar Perhitungan Ramalan (Metode <i>Least Square</i>) Penerimaan Pajak Reklame Kota Makassar Tahun 2011-2015	42
4.7 Prediksi Penerimaan Pajak Reklame Kota Makassar Tahun 2016-2020	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar		halaman
2.1	Kerangka Pemikiran.....	25
4.1	Alur Pelayanan Pajak Reklame.....	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	halaman
1 Biodata	55
2 Peta Teori.....	56
3 Daftar Pertanyaan Wawancara.....	58
4 Data Target dan Realisasi Pendapatan Asli Daerah dan Pajak Daerah Kota Makassar Tahun 2011-2015	59
5 Data Target dan Realisasi pajak Reklame Kota Makassar Tahun 2011-2015	61
6 Data Penggolongan/Jenis dan Jumlah Reklame Tahun 2011-2015	63
7 Perhitungan Nilai Sewa Reklame Kota Makassar	64

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kegiatan ekonomi yang bervariasi, mendorong setiap daerah Kabupaten atau Kota untuk mengembangkan potensi ekonominya. Oleh karena itu pembangunan daerah harus diarahkan agar benar-benar sesuai dengan prioritas dan potensi daerah masing-masing. Salah satu usaha untuk mewujudkan kemandirian suatu bangsa atau negara dalam pembiayaan pembangunan yaitu menggali sumber dana yang berasal dari dalam negeri berupa pajak. Pajak digunakan untuk membiayai pembangunan yang berguna bagi kepentingan bersama (Waluyo, 2008:2).

Dalam era otonomi daerah sekarang ini, daerah diberi kewenangan yang lebih besar untuk mengatur dan mengurus rumah tangganya sendiri. Tujuannya antara lain adalah untuk lebih mendekatkan pelayanan pemerintah kepada masyarakat, memudahkan masyarakat untuk memantau dan mengontrol penggunaan dana yang bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD), menciptakan persaingan yang sehat antar daerah, dan mendorong timbulnya inovasi baru. Sejalan dengan kewenangan tersebut Pemerintah Daerah diharapkan lebih mampu menggali sumber-sumber keuangan baru, khususnya untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan pemerintah dan pembangunan di daerahnya melalui Pendapatan Asli Daerah (PAD) (Setiaji dan Priyo, 2007).

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 dalam Pasal 1 ayat (5) tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah, daerah otonom adalah sebagai berikut.

“Daerah otonom, selanjutnya disebut Daerah, adalah kesatuan masyarakat hukum yang mempunyai batas-batas wilayah berwenang mengatur dan mengurus urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat menurut prakarsa sendiri berdasarkan aspirasi masyarakat dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia”.

Dalam rangka meningkatkan kemampuan keuangan daerah agar dapat melaksanakan otonomi, pemerintah melakukan berbagai kebijakan perpajakan daerah diantaranya dengan menetapkan Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang pajak daerah dan retribusi daerah. Pemberian kewenangan dalam pengenaan pajak daerah dan retribusi daerah diharapkan dapat lebih mendorong pemerintah daerah terus berupaya untuk mengoptimalkan PAD, khususnya yang berasal dari pajak daerah dan retribusi daerah.

Berdasarkan Undang-undang Nomor 33 Tahun 2004 dalam Pasal 6 ayat (1) tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah, sumber-sumber PAD terdiri dari pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan pendapatan lain-lain yang sah. Sumber-sumber tersebut diharapkan dapat memberikan kontribusi yang positif untuk peningkatan PAD, khususnya pajak daerah dan retribusi daerah.

Pajak daerah merupakan salah satu sumber penerimaan penting yang akan digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah daerah dan pembangunan daerah. Berdasarkan Undang-undang No. 28 Tahun 2009 dalam Pasal 1 ayat (10) tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, pajak daerah dapat digolongkan sebagai berikut.

1. Pajak Daerah Tingkat I (Provinsi), terdiri atas.
 - a. Pajak Kendaraan Bermotor;
 - b. Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor;
 - c. Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor;
 - d. Pajak Air Permukaan; dan
 - e. Pajak Rokok.
2. Pajak Daerah Tingkat II (Kabupaten/Kota), terdiri atas.
 - a. Pajak Hotel;
 - b. Pajak Restoran;
 - c. Pajak Hiburan;
 - d. Pajak Reklame;
 - e. Pajak Penerangan Jalan;

- f. Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan;
- g. Pajak Parkir;
- h. Pajak Air Tanah;
- i. Pajak Sarang Burung Walet;
- j. Pajak Bumi dan Bangunan Pedesaan dan Perkotaan; dan
- k. Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan.

Pajak daerah merupakan salah satu pemberi kontribusi terbesar bagi PAD. Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Pendapatan Daerah Kota Makassar kontribusi pajak daerah terhadap PAD adalah sebagai berikut.

Tabel 1.1 Kontribusi Pajak Daerah terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Makassar Tahun 2011-2015

Tahun	Pajak Daerah	Pendapatan Asli Daerah	Kontribusi
2011	Rp 270.547.821.316,00	Rp 277.226.961.668,00	97,6%
2012	Rp 388.445.926.266,00	Rp 395.659.198.905,00	98,2%
2013	Rp 518.706.710.508,23	Rp 526.508.187.511,23	98,5%
2014	Rp 561.684.151.009,96	Rp 569.793.996.657,96	98,6%
2015	Rp 635.647.206.877,06	Rp 644.748.988.242,06	98,6%

Sumber: Dinas Pendapatan Daerah Kota Makassar (2016)

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa realisasi penerimaan pajak daerah mengalami peningkatan dari tahun ke tahun dan kontribusi pajak daerah terhadap PAD juga mengalami peningkatan. Pada tahun 2011 kontribusi pajak daerah adalah sebesar 97,6%, kemudian pada tahun 2012 mengalami peningkatan sebesar 98,2%. Tahun 2013 kontribusi pajak daerah adalah sebesar 98,5%. Tahun 2014 mengalami peningkatan sebesar 98,6%. Tahun 2015 kontribusi pajak daerah terhadap PAD tidak mengalami peningkatan dan penurunan atau sama dengan kontribusi pada tahun 2014, yaitu sebesar 98,6%.

Semakin meningkatnya perekonomian kabupaten atau kota maka pemasukan pemerintah daerah dari sektor pajak daerah juga meningkat, tidak terkecuali pajak reklame. Reklame dianggap sebagai alternatif pemasaran yang menguntungkan dan sangat efektif, karena dianggap mampu menarik calon konsumen dan reklame bisa diakses oleh semua pihak. Hal ini menjadikan reklame sebagai salah satu yang harus diperhatikan oleh pemerintah, baik dalam

hal pemberian aturan dan tarif pemasangan reklame yang diatur oleh undang-undang maupun peraturan daerah.

Penelitian ini akan memfokuskan pada pajak reklame sebagai salah satu bagian dari pajak daerah. Berdasarkan Undang-undang No. 28 Tahun 2009 dalam Pasal 1 ayat (26) tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh umum.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Pendapatan Daerah Kota Makassar, target dan realisasi pajak reklame adalah sebagai berikut.

Tabel 1.2 Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Kota Makassar Tahun 2011-2015

Tahun	Target	Realisasi
2011	Rp 16.000.079.000,00	Rp 16.936.119.593,00
2012	Rp 18.448.581.150,00	Rp 18.866.776.421,00
2013	Rp 20.448.579.150,00	Rp 19.581.216.485,00
2014	Rp 20.684.801.850,00	Rp 19.859.276.223,00
2015	Rp 24.748.643.400,00	Rp 19.053.483.084,00

Sumber: Dinas Pendapatan Daerah Kota Makassar (2016)

Pada tabel 1.2 dapat dilihat bahwa realisasi penerimaan pajak reklame dari tahun 2011-2015 mengalami fluktuasi. Pada tahun 2011 realisasi penerimaan pajak reklame adalah sebesar Rp 16.936.119.593,00, kemudian pada tahun 2012 mengalami peningkatan sebesar 11,40% sehingga penerimaan pajak reklame menjadi Rp 18.866.776.421,00. Tahun 2013 realisasi penerimaan pajak reklame mengalami peningkatan sebesar 3,79% sehingga penerimaan pajak reklame adalah sebesar Rp19.581.216.485,00, kemudian pada tahun 2014 mengalami peningkatan sebesar 1,42% sehingga penerimaan pajak reklame

menjadi Rp19.859.276.223,00. Tahun 2015 realisasi penerimaan pajak reklame mengalami penurunan sebesar 4,05% sehingga penerimaan pajak reklame pada tahun 2015 adalah Rp19.053.483.084,00.

Sebagai sumber penerimaan yang dapat memberikan kontribusi terhadap PAD Kota Makassar, pemerintah diharapkan mampu mengoptimalkan potensi yang dimiliki oleh pajak reklame. Namun kondisi yang terjadi di Kota Makassar tidak sesuai dengan yang diharapkan. Hal tersebut termuat dalam perkataan Ketua Asosiasi Pengusaha Reklame Indonesia (ASPRI) yang mengatakan bahwa “masih banyak pelanggaran pemasangan reklame yang harus ditertibkan, begitu juga dengan potensi penerimaan pajak baru harus lebih dioptimalkan” (Bisnis Indonesia, 2012:10). Hal tersebut menyiratkan bahwa potensi pajak reklame Kota Makassar cukup besar namun aturan yang diterapkan oleh pemerintah daerah dalam hal pengelolaan yang dikelola Dinas Pendapatan Kota Makassar masih belum optimal.

Berdasarkan latar belakang masalah dan hasil dari penelitian yang dijadikan acuan dalam penelitian ini maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Analisis Potensi dan Kontribusi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Makassar”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Seberapa besar potensi penerimaan pajak reklame yang dimiliki Kota Makassar?
2. Seberapa besar kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap PAD Kota Makassar?
3. Bagaimanakah tingkat efektivitas pajak reklame Kota Makassar?

4. Bagaimanakah prospek penerimaan pajak reklame Kota Makassar?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui besarnya potensi penerimaan pajak reklame yang dimiliki Kota Makassar.
2. Untuk mengetahui besarnya kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap PAD Kota Makassar.
3. Untuk mengetahui tingkat efektivitas pajak reklame Kota Makassar.
4. Untuk mengetahui gambaran prospek penerimaan pajak reklame Kota Makassar.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoretis

Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, terutama dibidang perpajakan mengenai Analisis Potensi dan Kontribusi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Makassar dan juga sebagai acuan atau dasar bagi penelitian-penelitian mendatang.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Sebagai kegunaan praktis, hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan memberikan masukan atau perbandingan bagi pihak Dinas Pendapatan Daerah Kota Makassar dalam melakukan langkah-langkah yang tepat dalam pemungutan pajak reklame, sehingga dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Makassar.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan mengacu pada Pedoman Penulisan Skripsi (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin, 2012). Dalam skripsi ini terdiri dari lima bab, yaitu Pendahuluan, Tinjauan Pustaka, Metode Penelitian, Hasil Penelitian, dan Penutup dengan uraian sebagai berikut.

Bab I merupakan Pendahuluan. Bab I ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II merupakan Tinjauan Pustaka. Dalam bab ini diuraikan mengenai tinjauan pustaka yang mencakup teori-teori yang digunakan sebagai landasan dalam penelitian dan kerangka pemikiran yang akan menjelaskan secara singkat permasalahan yang akan diteliti, serta penelitian terdahulu.

Bab III merupakan Metode Penelitian. Pada bab III ini menguraikan tentang rancangan penelitian, tempat dan waktu, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan analisis data.

Bab IV merupakan Hasil Penelitian. Pada bab IV ini menguraikan tentang hasil penelitian dan pembahasan.

Bab V merupakan Penutup. Pada bab V atau bab terakhir dari skripsi ini menguraikan tentang kesimpulan yang diperoleh dari pelaksanaan penelitian dan saran yang nantinya dapat dijadikan acuan dalam melakukan penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori dan Konsep

2.1.1 Dasar Teori Pemungutan Pajak

Pemahaman mendalam akan teori-teori pemungutan pajak diharapkan membawa satu kesadaran akan pentingnya pemungutan pajak, yang bukan lagi menjadi beban semata, tetapi menjadi satu kewajiban yang menyenangkan dalam hidup bermasyarakat dan bernegara. Ilyas dan Burton (2011:21) mengemukakan teori pemungutan pajak adalah sebagai berikut.

1. Teori Asuransi

Teori asuransi diartikan dengan suatu kepentingan masyarakat (seseorang) yang harus dilindungi oleh negara. Masyarakat seakan mempertanggungjawabkan keselamatan dan keamanan jiwanya kepada negara. Dengan adanya kepentingan dari masyarakat itu sendiri, maka masyarakat harus membayar premi kepada negara.

2. Teori Kepentingan

Teori kepentingan diartikan sebagai negara yang melindungi kepentingan harta benda dan jiwa warga negara dengan memperhatikan pembagian beban pajak yang harus dipungut dari seluruh penduduknya. Segala biaya atau pengeluaran yang akan dikeluarkan oleh negara dibebankan kepada seluruh warga berdasarkan kepentingan dari warga negara yang ada. Warga negara yang memiliki harta yang banyak, membayar pajak lebih besar kepada negara untuk melindungi kepentingan dari warga negara yang bersangkutan. Demikian sebaliknya, bagi warga negara yang memiliki harta

benda sedikit membayar pajak lebih sedikit kepada negara untuk melindungi kepentingan warga negara tersebut.

3. Teori Gaya Pikul

Teori gaya pikul didasari oleh asas keadilan, yaitu setiap orang yang dikenakan pajak harus sama beratnya. Pajak yang harus dibayar menurut gaya pikul seseorang adalah diukur dengan besarnya penghasilan dan besarnya pengeluaran yang dilakukan. Caren Stuart menyamakan asas gaya pikul dengan sebuah jembatan dengan menjelaskan bahwa yang pertama harus dipikul adalah bobot jembatan itu sendiri baru kemudian dibebani dengan beban yang lain. Artinya bahwa yang harus dipenuhi dalam kehidupan seseorang tidak dimasukkan dalam pengertian gaya pikul. Kekuatan (gaya pikul) untuk membayar pajak baru dilakukan setelah kebutuhan primer seseorang telah terpenuhi. Hal ini sesuai dengan pendapat Sinninghe Damste bahwa gaya pikul ditentukan berdasarkan beberapa komponen, yaitu penghasilan, kekayaan, dan susunan keluarga wajib pajak. Teori gaya pikul ini ternyata diakui oleh para sarjana karena lebih menekankan pada unsur kemampuan seseorang dan rasa keadilan.

4. Teori Gaya Beli

Teori gaya beli menekankan bahwa pembayaran pajak yang dilakukan kepada negara dimaksudkan untuk memelihara masyarakat dalam negara yang bersangkutan. Gaya beli suatu rumah tangga dalam masyarakat adalah sama dengan gaya beli suatu rumah tangga negara. Pembayaran pajak yang dilakukan kepada negara lebih ditekankan pada fungsi mengatur (*regulatory*) dari pajak agar masyarakat tetap eksis.

5. Teori Bakti

Teori bakti menekankan pada paham *organische staatsleer* yang mengajarkan bahwa karena sifat negara sebagai suatu organisasi

(perkumpulan) dari individu-individu, maka timbul hak mutlak negara untuk memungut pajak. Teori bakti bisa dikatakan sebagai adanya perjanjian dalam masyarakat untuk membentuk negara dan menyerahkan sebagian kekuasaannya kepada negara untuk memimpin masyarakat. Karena adanya kepercayaan yang diberikan masyarakat kepada negara, maka pembayaran pajak yang dilakukan kepada negara merupakan bakti dari masyarakat kepada negara, karena negaralah yang bertugas menyelenggarakan kepentingan masyarakat. Teori bakti ini disebut juga teori kewajiban pajak mutlak.

2.1.2 Pengertian Pajak

Definisi pajak berdasarkan Undang-Undang No. 28 Tahun 2007 dalam Pasal 1 ayat (1) tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan:

“Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat”.

Mardiasmo (2011:1) mengemukakan pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal balik (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum. Santoso Brotodiharjo dalam Ilyas dan Burton (2011:6) mengemukakan beberapa pendapat pakar tentang definisi pajak, beberapa di antaranya seperti dalam kutipan sebagai berikut.

1. Feldmann (1949)

Pajak adalah prestasi yang dipaksakan sepihak oleh terutang kepada penguasa, (menurut norma-norma yang ditetapkan secara umum), tanpa adanya kontra-prestasi, dan semata-mata digunakan untuk menutup pengeluaran-pengeluaran umum.

2. Smeets (1951)

Pajak adalah prestasi kepada pemerintah yang terutang melalui norma-norma umum, dan yang dapat dipaksakannya, tanpa adanya kontra-prestasi yang dapat ditunjukkan dalam hal yang individual, maksudnya adalah untuk membiayai pengeluaran pemerintah. Smeets mengakui bahwa definisinya hanya menonjolkan fungsi budgeter saja, baru kemudian ia menambahkan fungsi mengatur pada definisinya.

3. Soeparman Soemahamidjaja (1964)

Pajak adalah iuran wajib berupa uang atau barang, yang dipungut oleh penguasa berdasarkan norma-norma hukum, guna menutup biaya produksi barang-barang dan jasa-jasa kolektif dalam mencapai kesejahteraan umum. Soeparman Soemahamidjaja mencantumkan istilah Iuran Wajib dengan harapan terpenuhinya ciri bahwa pajak dipungut dengan bantuan dari dan kerja sama dengan wajib pajak, sehingga perlu pula dihindari penggunaan istilah “paksaan”. Selanjutnya ia berpendapat terlalu berlebihan kalau khusus mengenai pajak ditekankan pentingnya unsur paksaan karena dengan mencantumkan unsur paksaan seakan-akan tidak ada kesadaran masyarakat untuk melakukan kewajibannya.

4. Rochmat Soemitro (1974)

Pajak adalah iuran wajib rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa-timbal (kontra prestasi), yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum. Rochmat Soemitro menjelaskan bahwa unsur “dapat dipaksakan” artinya bahwa bila utang pajak tidak dibayar, maka utang pajak tersebut dapat ditagih dengan menggunakan kekerasan seperti dengan mengeluarkan surat paksa dan melakukan penyitaan bahkan bisa dengan melakukan penyanderaan. Sedangkan terhadap pembayaran pajak tersebut

tidak dapat ditunjukkan jasa-timbal-balik tertentu, seperti halnya dengan retribusi.

Empat pengertian pajak tersebut, dapat disimpulkan bahwa ada lima unsur yang melekat dalam pengertian pajak, yaitu:

1. pembayaran pajak harus berdasarkan Undang-undang;
2. sifatnya dapat dipaksakan;
3. tidak ada kontra-prestasi (imbalan) yang langsung dapat dirasakan oleh pembayar pajak;
4. pemungutan pajak dilakukan oleh negara, baik oleh pemerintah pusat maupun daerah (tidak boleh dipungut oleh swasta); dan
5. pajak digunakan untuk membiayai berbagai pengeluaran pemerintah (rutin dan pembangunan) bagi kepentingan masyarakat umum.

2.1.3 Fungsi Pajak

Resmi (2014:3) mengemukakan terdapat dua fungsi pajak yaitu fungsi *budgetary* (sumber keuangan negara) dan fungsi *regulatory* (*pengatur*).

1. Fungsi *Budgetary* (Sumber Keuangan Negara)

Pajak mempunyai fungsi *budgetary*, artinya pajak merupakan salah satu sumber penerimaan pemerintah untuk membiaya pengeluaran baik rutin maupun pembangunan. Sebagai sumber keuangan negara, pemerintah berupaya memasukkan uang sebanyak-banyaknya untuk kas negara. Upaya tersebut ditempuh dengan cara ekstensifikasi maupun intensifikasi pemungutan pajak melalui penyempurnaan peraturan berbagai jenis pajak, seperti Pajak Penghasilan (PPh), Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), Pajak Bumi dan Bangunan (PBB), dan lain-lain.

2. Fungsi *Regulatory* (Pengatur)

Pajak mempunyai fungsi *regulatory*, artinya pajak sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijakan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi serta mencapai tujuan-tujuan tertentu di luar bidang keuangan. Beberapa contoh penerapan pajak sebagai fungsi pengatur adalah sebagai berikut.

- a. Pajak yang tinggi dikenakan terhadap barang mewah. Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) dikenakan pada saat terjadi transaksi jual beli barang mewah. Makin mewah suatu barang maka tarif pajaknya makin tinggi sehingga barang tersebut makin mahal harganya. Pengenaan pajak ini dimaksudkan agar rakyat tidak berlomba-lomba untuk mengonsumsi barang mewah (mengurangi gaya hidup mewah).
- b. Tarif pajak progresif dikenakan atas penghasilan dimaksudkan agar pihak yang memperoleh penghasilan tinggi memberikan kontribusi (membayar pajak) yang tinggi pula sehingga terjadi pemerataan pendapatan.
- c. Tarif pajak ekspor sebesar 0% dimaksudkan agar para pengusaha terdorong mengeksport hasil produksinya di pasar dunia sehingga dapat memperbesar devisa negara.
- d. Pajak penghasilan dikenakan atas penyerahan barang hasil industri tertentu seperti industri semen, industri rokok, industri baja, dan lain-lain, dimaksudkan agar terdapat penekanan produksi terhadap industri tersebut karena dapat mengganggu lingkungan atau polusi (membahayakan kesehatan).
- e. Pembebanan pajak penghasilan atas sisa hasil usaha koperasi dimaksudkan untuk mendorong perkembangan koperasi di Indonesia.
- f. Pemberlakuan *tax holiday* dimaksudkan untuk menarik investor asing agar menanamkan modalnya di Indonesia.

2.1.4 Asas-asas Pemungutan Pajak

Pemungutan pajak baik yang dikelola oleh pemerintah pusat maupun pemerintah daerah selalu berpedoman pada asas-asas pemungutan pajak. Waluyo (2008:16) mengemukakan asas-asas pemungutan pajak tersebut adalah sebagai berikut.

1. Asas Kebangsaan

Asas ini menyatakan bahwa pengenaan pajak dihubungkan dengan kebangsaan suatu negara. Suatu negara akan memungut pajak kepada setiap orang yang mempunyai hubungan kebangsaan atas suatu negara yang bersangkutan tanpa memandang apakah bertempat tinggal di dalam negeri atau di luar negeri.

2. Asas Tempat Tinggal

Asas ini menyatakan bahwa negara berhak mengenakan pajak atas seluruh penghasilan. Wajib pajak yang bertempat tinggal di wilayahnya, baik yang berasal dari dalam negeri maupun yang berasal dari luar negeri.

3. Asas Sumber

Asas ini menyatakan bahwa negara berhak mengenakan pajak atas penghasilan yang bersumber di wilayahnya tanpa memperhatikan wilayah tempat tinggal wajib pajak.

2.1.5 Sistem Pemungutan Pajak

Ilyas dan Burton (2011:30) mengemukakan sistem pemungutan pajak dapat dibagi menjadi tiga macam, yaitu *official assessment system*, *self assessment system*, dan *withholding system*.

1. *Official assessment system* adalah suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pemungut pajak (fiskus) untuk menentukan besarnya pajak yang harus dibayar (pajak yang terutang) oleh seseorang.

2. *Self assessment system* adalah suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang penuh kepada wajib pajak untuk menghitung, memperhitungkan, menyetorkan, dan melaporkan sendiri besarnya utang pajak.
3. *Withholding system* adalah suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang pada pihak ketiga untuk memotong/memungut besarnya pajak yang terutang.

2.1.6 Penggolongan Jenis Pajak

Ilyas dan Burton (2011:27) menyatakan jenis-jenis pajak yang dapat dikenakan dapat digolongkan dalam 3 (tiga) golongan yaitu menurut sifatnya, sasaran/objeknya, dan lembaga pemungutannya.

1. Menurut Sifatnya

- a. Pajak langsung adalah pajak-pajak yang bebannya harus dipikul sendiri oleh wajib pajak dan tidak dapat dilimpahkan kepada orang lain serta dikenakan secara berulang-ulang pada waktu-waktu tertentu, misalnya pajak penghasilan.
- b. Pajak tidak langsung adalah pajak yang bebannya dapat dilimpahkan kepada orang lain dan hanya dikenakan pada hal-hal tertentu atau peristiwa-peristiwa tertentu saja, misalnya pajak pertambahan nilai.

2. Menurut Sasaran/Objeknya

- a. Pajak subjektif adalah pajak yang dikenakan dengan pertamata memperhatikan keadaan pribadi wajib pajak (subjeknya). Setelah diketahui keadaan subjeknya barulah diperhatikan keadaan objektifnya sesuai gaya pikul, apakah dapat dikenakan pajak atau tidak, misalnya pajak penghasilan.
- b. Pajak objektif adalah jenis pajak yang dikenakan dengan pertamata memerhatikan/melihat objeknya baik berupa keadaan perbuatan atau

peristiwa yang menyebabkan timbulnya kewajiban membayar pajak. Setelah diketahui objeknya barulah dicari subjeknya yang mempunyai hubungan hukum dengan objek yang telah diketahui, misalnya pajak pertambahan nilai.

3. Menurut Lembaga

- a. Pajak pusat adalah jenis pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat yang dalam pelaksanaannya dilakukan oleh Departemen Keuangan cq. Direktorat Jenderal Pajak. Hasil dari pungutan pajak pusat dikumpulkan dan dimasukkan sebagai bagian dari penerimaan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN).
- b. Pajak daerah adalah jenis pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah yang dalam pelaksanaannya sehari-hari dilakukan oleh Dinas Pendapatan Daerah. Hasil dari pemungutan pajak daerah dikumpulkan dan dimasukkan sebagai bagian dari penerimaan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD).

2.2 Pendapatan Asli Daerah

2.2.1 Pengertian Pendapatan Asli Daerah

Berdasarkan Undang-undang No. 33 Tahun 2004 dalam Pasal 1 ayat (18) tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintahan Daerah, yang dimaksud Pendapatan Asli Daerah adalah penerimaan yang diperoleh daerah dari sumber-sumber dalam wilayah sendiri yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. PAD menunjukkan kemampuan suatu daerah dalam menghimpun sumber-sumber dana untuk membiayai pengeluaran rutin. Jadi, dapat dikatakan bahwa PAD sebagai pendapatan rutin dari usaha-usaha pemerintah daerah dalam memanfaatkan potensi-potensi sumber keuangan daerahnya sehingga

dapat mendukung pembiayaan penyelenggaraan pemerintah dan pembangunan daerah.

2.2.2 Sumber Pendapatan Asli Daerah

Dalam hal sumber penerimaan yang menjadi hak pemerintah daerah, Undang-undang No. 23 Tahun 2014 dalam Pasal 285 ayat (1) tentang Pemerintah Daerah telah menetapkan sumber pendapatan daerah terdiri atas.

- a. Pendapatan Asli Daerah
 1. Pajak Daerah
 2. Retribusi Daerah
 3. Hasil Pengelolaan Kekayaan Daerah yang Dipisahkan
 4. Lain-lain Pendapatan Asli Daerah yang Sah
- b. Pendapatan Transfer
- c. Lain-lain Pendapatan Daerah yang Sah

2.3 Pajak Daerah

2.3.1 Definisi Pajak Daerah

Berdasarkan Undang-undang No. 28 Tahun 2009 dalam Pasal 1 ayat (10) tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, Pajak Daerah adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

2.3.2 Jenis-jenis Pajak Daerah

Berdasarkan Undang-undang No. 28 Tahun 2009 dalam Pasal 2 ayat (1) dan (2) tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, pajak daerah dapat digolongkan menjadi.

1. Pajak Daerah Tingkat I (Provinsi), terdiri atas:

- a. Pajak Kendaraan Bermotor;
 - b. Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor;
 - c. Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor;
 - d. Pajak Air Permukaan; dan
 - e. Pajak Rokok.
2. Pajak Daerah Tingkat II (Kabupaten/Kota), terdiri atas:
- a. Pajak Hotel;
 - b. Pajak Restoran;
 - c. Pajak Hiburan;
 - d. Pajak Reklame;
 - e. Pajak Penerangan Jalan;
 - f. Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan;
 - g. Pajak Parkir;
 - h. Pajak Air Tanah;
 - i. Pajak Sarang Burung Walet;
 - j. Pajak Bumi dan Bangunan Pedesaan dan Perkotaan; dan
 - k. Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan.

2.4 Pajak Reklame

2.4.1 Definisi Pajak Reklame

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Makassar Nomor 3 Tahun 2010 dalam Pasal 1 ayat (16) dan (17) tentang Pajak Daerah, Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh umum.

2.4.2 Dasar Hukum Pemungutan Pajak Reklame

Pemungutan pajak reklame di Indonesia saat ini didasarkan pada dasar hukum yang jelas dan kuat sehingga harus dipatuhi oleh masyarakat dan pihak yang terkait. Dasar pemungutan pajak reklame pada suatu kabupaten atau kota adalah sebagai berikut.

1. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak dan Retribusi Daerah.
2. Peraturan Pemerintah Nomor 65 Tahun 2001 tentang Pajak Daerah.
3. Peraturan Daerah Kota Makassar Nomor 3 Tahun 2010 tentang Pajak Daerah.
4. Keputusan Walikota Makassar Nomor: 500/423/KEP/IV/09 tentang Penetapan Perhitungan Nilai Sewa Reklame Kota Makassar.

2.4.3 Objek Pajak Reklame

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Makassar Nomor 3 Tahun 2010 dalam Pasal 26 ayat (2) dan (3) tentang Pajak Daerah, objek pajak reklame adalah semua penyelenggaraan reklame. Adapun objek pajak yang dimaksud adalah sebagai berikut.

- a. Reklame papan/*billboard*/*videotron*/*megatron* dan sejenisnya;
- b. Reklame kain;
- c. Reklame melekat, stiker;
- d. Reklame selebaran;
- e. Reklame berjalan, termasuk pada kendaraan;
- f. Reklame udara;
- g. Reklame apung;
- h. Reklame suara;
- i. Reklame film/*slide*, dan
- j. Reklame peragaan.

2.4.4 Bukan Objek Pajak Reklame

Adapun yang tidak termasuk sebagai objek pajak reklame berdasarkan Peraturan Daerah Kota Makassar Nomor 3 Tahun 2010 dalam Pasal 26 ayat (4) tentang Pajak Daerah adalah sebagai berikut:

- a. penyelenggaraan reklame melalui internet, televisi, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan, dan sejenisnya;
- b. label/merek produk yang melekat pada barang yang diperdagangkan, yang berfungsi untuk membedakan dari produk sejenis lainnya;
- c. nama pengenal usaha atau profesi yang dipasang melekat pada bangunan tempat usaha atau profesi diselenggarakan sesuai dengan ketentuan yang mengatur nama pengenal usaha atau profesi tersebut;
- d. reklame yang diselenggarakan oleh pemerintah atau pemerintah daerah, organisasi kemasyarakatan, partai politik, lembaga sosial, keagamaan dan pendidikan tanpa menggunakan label/merk produk dagang.

2.4.5 Subjek dan Wajib Pajak Reklame

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Makassar Nomor 3 Tahun 2010 dalam Pasal 27 tentang Pajak Daerah, subjek dan wajib pajak reklame adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame. Reklame diselenggarakan sendiri secara langsung oleh orang pribadi atau badan, wajib pajak reklame adalah orang pribadi atau badan tersebut. Reklame diselenggarakan melalui pihak ketiga, pihak ketiga tersebut menjadi wajib pajak reklame.

2.4.6 Dasar Pengenaan Pajak Reklame

Peraturan Daerah Kota Makassar Nomor 3 Tahun 2010 dalam Pasal 28 tentang Pajak Daerah menyatakan bahwa.

- (1) Dasar pengenaan pajak reklame adalah nilai sewa reklame.

- (2) Reklame yang diselenggarakan oleh pihak ketiga, nilai sewa reklame ditetapkan berdasarkan nilai kontrak reklame.
- (3) Reklame yang diselenggarakan sendiri, nilai sewa reklame dihitung dengan memperhatikan faktor jenis, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, waktu, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah, dan ukuran media reklame.
- (4) Nilai sewa reklame yang diselenggarakan oleh pihak ketiga tidak diketahui dan/atau dianggap tidak wajar, nilai sewa reklame ditetapkan dengan menggunakan faktor-faktor yaitu jenis, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, waktu, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah, dan ukuran media reklame.

2.4.7 Tarif Pajak Reklame

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Makassar Nomor 3 Tahun 2010 dalam Pasal 29 tentang Pajak Daerah, tarif pajak reklame ditetapkan sebesar 25% dari nilai sewa reklame.

2.4.8 Tata Cara Perhitungan Pajak Reklame

Cara perhitungan nilai sewa reklame yang ditetapkan dalam Keputusan Walikota Makassar Nomor: 500/423/KEP/IV/09 tentang Penetapan Perhitungan Nilai Sewa Reklame Kota Makassar adalah sebagai berikut.

a. Reklame Permanen

$$\text{NSR} = \text{Jenis Reklame} \times \text{Masa Pajak} \times \text{Nilai Jual Objek Pajak (Luas Bidang/m}^2\text{)} \times \text{Nilai Strategis (Lokasi + Sudut Pandang + Ketinggian)}$$

b. Reklame Insidental

$$\text{NSR} = \text{Jenis Reklame} \times \text{Masa Pajak} \times \text{Nilai Jual Objek Pajak (Luas Bidang/m}^2\text{)} \times \text{Nilai Strategis (Lokasi + Sudut Pandang + Ketinggian)}$$

Adapun perhitungan besaran pokok pajak reklame yang terutang sebagaimana yang dimaksud oleh Peraturan Daerah Kota Makassar Nomor 3 Tahun 2010 dalam Pasal 30 adalah sebagai berikut.

Pajak Terutang	= Tarif Pajak x Dasar Pengenaan Pajak = Tarif Pajak x Nilai Sewa Reklame
----------------	---

2.4.9 Wilayah Pemungutan dan Masa Pajak Reklame

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Makassar Nomor 3 Tahun 2010 dalam Pasal 31 tentang Pajak Daerah, wilayah pemungutan dan masa pajak reklame adalah sebagai berikut.

- (1) Pajak reklame yang terutang dipungut dalam Kota Makassar.
- (2) Tahun pajak adalah jangka waktu yang lamanya 1 (satu) tahun takwin.

2.5 Pengertian Potensi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008:1207), potensi adalah kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan, kekuatan, kesanggupan, daya. Analisis perhitungan potensi diperlukan dalam analisis menetapkan target rasional. Dengan potensi yang ada, setelah dibandingkan penerimaan untuk masa yang akan datang, maka akan didapatkan besarnya potensi yang terpendam, sehingga akan dapat diperkirakan rencana tindakan apa yang akan dilakukan untuk menggali potensi tersebut.

2.6 Pengertian Kontribusi

Menurut kamus ekonomi (T. Guritno, 1992:76) kontribusi adalah sesuatu yang diberikan bersama-sama dengan pihak lain untuk tujuan biaya atau kerugian tertentu atau bersama. Untuk mengetahui kontribusi dilakukan dengan membandingkan penerimaan pajak daerah periode tertentu dengan penerimaan PAD periode tertentu pula. Semakin besar hasilnya berarti semakin besar pula peranan pajak daerah terhadap PAD, begitu pula sebaliknya jika hasil perbandingannya terlalu kecil berarti peranan pajak.

2.7 Pengertian Efektivitas

Mahmudi (2007:129) mengemukakan efektivitas merupakan hubungan antara keluaran dengan tujuan atau sasaran yang harus dicapai. Kegiatan operasional dikatakan efektif apabila proses kegiatan mencapai tujuan dan sasaran akhir kebijakan. Semakin besar output yang dihasilkan terhadap pencapaian tujuan dan sasaran yang ditentukan, maka semakin efektif proses kerja suatu unit organisasi. Efektivitas adalah mengukur hubungan antara hasil pungutan suatu pajak dengan potensi pajak itu sendiri.

2.8 Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang pajak reklame telah beberapa kali dilakukan sebelumnya oleh peneliti yang berbeda dan tempat yang berbeda pula. Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu, yaitu.

Andi Mahyudin Pawiloi (2014) dengan judul analisis kontribusi pajak reklame dan pajak hotel terhadap pendapatan asli daerah Kota Makassar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kontribusi penerimaan pajak reklame dan pajak hotel terhadap PAD Kota Makassar pada tahun 2009-2013 relatif tidak signifikan karena trend keduanya berbanding terbalik dengan PAD Kota Makassar yang terus meningkat dalam lima tahun terakhir dan efektivitas penerimaan pajak reklame dan pajak hotel menurun dalam lima tahun terakhir sehingga belum mampu meningkatkan kontribusi pajak reklame dan pajak hotel terhadap PAD Kota Makassar.

Aristanti Widyaningsih (2009) dengan judul analisis potensi penerimaan pajak reklame Kota Bandung periode 2001-2007. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa potensi penerimaan pajak reklame yang diperoleh pada tahun 2001 dan 2002 berada di bawah target dan realisasi, sedangkan pada

tahun 2003-2007 potensi penerimaan pajak reklame yang diperoleh lebih tinggi dari target dan realisasi.

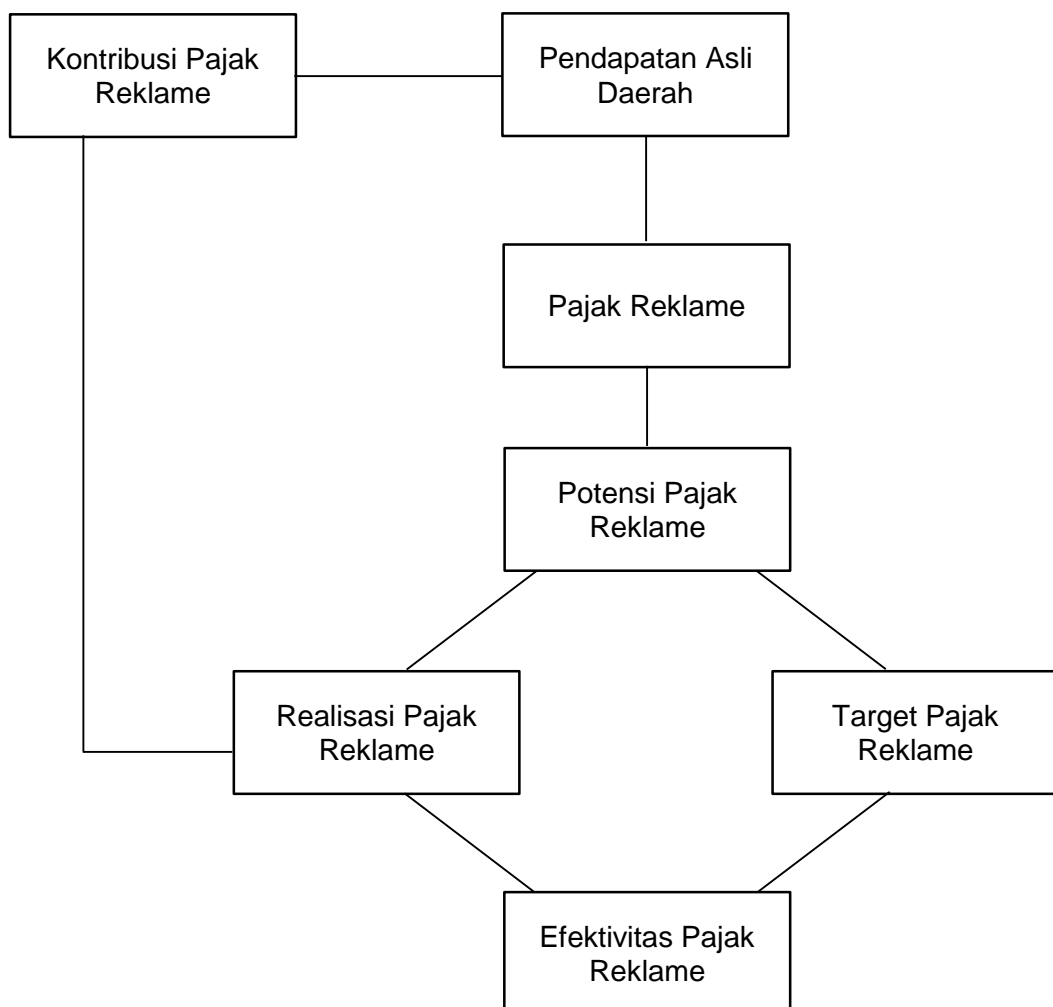
Dwi Anggraeni (2014) dengan judul analisis potensi penerimaan pajak reklame dan efektivitas pajak reklame dalam meningkatkan pendapatan asli daerah Kabupaten Jepara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa potensi pajak reklame di Kabupaten Jepara belum tercapai secara optimal. Tingkat efektivitas pajak reklame di kabupaten Jepara pada tahun 2008 dan 2009 sudah sangat tinggi, namun pada tahun 2010 dan 2012 tingkat efektifitasnya sangat menurun.

Hindarto Prasetyo Utomo (2006) dengan judul kontribusi pajak reklame terhadap peningkatan pendapatan asli daerah Kabupaten Kudus tahun 2000-2004. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa potensi pajak reklame sebagai salah satu sumber PAD sangat potensial, dimana penerimaan pajak reklame yang setiap tahunnya selalu mengalami kenaikan. Sedangkan kontribusi pajak reklame terhadap PAD selama lima tahun rata-rata sebesar 0,97% akan tetapi cukup berarti dalam pembiayaan penyelenggaraan pemerintah.

2.9 Kerangka Pemikiran

Pajak merupakan wujud tanggung jawab warga negara dalam pembangunan dan merupakan imbalan tidak langsung dari pemerintah yang diberikan kepada warga negara. Salah satu sumber PAD adalah pajak daerah. Upaya pemerintah dalam meningkatkan pajak daerah salah satunya dapat dilakukan dengan mengefektifkan sektor pendapatan pajak reklame. Pajak reklame merupakan salah satu sumber penerimaan yang cukup potensial bagi pajak daerah sehingga dalam pelaksanaan pemungutannya harus diperhatikan agar penerimaan pajak yang diperoleh benar-benar menggambarkan potensi daerah tersebut.

Dalam menghitung besar potensi pajak reklame, terlebih dahulu akan diperbandingkan antara jumlah realisasi penerimaan pajak reklame yang telah ada dengan jumlah target penerimaan pajak reklame yang telah ditetapkan. Selisih perbandingan tersebut merupakan potensi pajak reklame yang belum tergali secara maksimal. Apabila realisasi penerimaan pajak reklame lebih besar dari target yang ditetapkan berarti pajak reklame memiliki potensi yang cukup besar dan dapat dikatakan pajak reklame tersebut telah efektif. Dengan efektifnya pajak reklame, maka dihasilkan pendapatan pajak reklame yang maksimal, sehingga diharapkan dapat memberikan kontribusi yang tinggi terhadap pajak daerah dan PAD. Untuk lebih jelasnya dapat digambarkan sebagai berikut.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dimana dalam penelitian yang dilakukan bersifat deskriptif yaitu untuk mengetahui atau menggambarkan kenyataan dari kejadian yang diteliti sehingga memudahkan penulis untuk mendapatkan data yang objektif dalam rangka untuk mengetahui potensi dan kontribusi pajak reklame Kota Makassar.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kantor Dinas Pendapatan Daerah Kota Makassar. Sedangkan waktu penelitian sampai dengan tahap perampungannya diperkirakan selama kurang lebih satu bulan.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Data kualitatif, yaitu data yang berbentuk kata, skema, dan gambar. Jenis data kualitatif ini ialah data sekunder yaitu data yang telah mengalami proses pengolahan oleh sumbernya.
2. Data kuantitatif, yaitu data yang berbentuk angka-angka atau data kualitatif yang disajikan dalam bentuk angka.

3.3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut.

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh melalui observasi dan wawancara langsung dengan pihak terkait. Dalam hal ini, wawancara dilakukan dengan

pihak pimpinan dan pegawai yang terlibat langsung dalam administrasi perpajakan pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Makassar.

- b. Data sekunder, yaitu data dalam bentuk lampiran-lampiran dan literatur pendukung lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan (*field research*) adalah pengumpulan data dengan melakukan penelitian secara langsung terhadap objek penelitian melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

- a. Wawancara, yaitu kegiatan tanya jawab kepada beberapa pihak, baik pimpinan maupun karyawan/staf yang mengetahui objek penelitian.
- b. Dokumentasi, yaitu mengumpulkan data-data berupa dokumen dan catatan yang diperlukan dalam pembahasan penelitian.

3.5 Analisis Data

3.5.1 Analisis Deskriptif Kuantitatif

Metode analisis deskriptif berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti, tanpa melakukan analisis dan membuat teknik penganalisaan data yang menggunakan angka-angka untuk menarik kesimpulan dari kejadian-kejadian yang dapat diukur. Dalam hal ini adalah dengan melakukan perbandingan terhadap hasil perhitungan penelitian. Penelitian deskriptif kuantitatif menyajikan data tentang realisasi penerimaan pajak reklame, potensi pajak reklame, total PAD dari tahun ke tahun, yang diperoleh dari Dinas Pendapatan Daerah Kota Makassar.

3.5.2 Analisis Potensi

Menurut Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 suatu daerah dapat mengenakan pungutan pajak daerah jika di daerah tersebut terdapat potensi untuk dikembangkan. Potensi ini merupakan dasar bagi pemerintah daerah untuk menyusun target penerimaan pajak daerah. Potensi penerimaan reklame dapat dihitung dengan rumus (Prakosa, 2015:151) sebagai berikut.

$$PPrk = R \times S \times D \times Pr$$

Keterangan:

PPrk : Potensi Pajak Reklame

R : Jumlah Reklame

S : Ukuran Reklame/ Luas Reklame

D : Jumlah hari

Pr : Tarif Reklame

3.5.3 Analisis Kontribusi

Menurut kamus ekonomi (T. Guritno, 1992:76) kontribusi adalah sesuatu yang diberikan bersama-sama dengan pihak lain untuk tujuan biaya atau kerugian tertentu atau bersama. Sehingga kontribusi yang dimaksud dapat diartikan sebagai sumbangan yang diberikan oleh pendapatan pajak reklame terhadap besarnya PAD. Kontribusi penerimaan pajak reklame dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut.

$$\text{Kontribusi} = \frac{\text{Realisasi Penerimaan Pajak Reklame}}{\text{Realisasi Penerimaan PAD}} \times 100\%$$

Untuk menggambarkan indikator dalam menilai kontribusi pajak reklame terhadap PAD, maka digunakan indikator pada tabel di bawah ini.

Tabel 3.1 Kriteria Kontribusi

Persentase	Kriteria
0% - 10%	Sangat Kurang
10% - 20%	Kurang
20% - 30%	Sedang
30% - 40%	Cukup Baik
40% - 50%	Baik
Diatas 50%	Sangat Baik

Sumber: Depdagri, Kepmendagri Nomor 690.900-327

3.5.4 Analisis Efektivitas

Mahmudi (2007:129) mengemukakan efektivitas merupakan hubungan antara keluaran dengan tujuan atau sasaran yang harus dicapai. Kegiatan operasional dikatakan efektif apabila proses kegiatan mencapai tujuan dan sasaran akhir kebijakan. Semakin besar output yang dihasilkan terhadap pencapaian tujuan dan sasaran yang ditentukan, maka semakin efektif proses kerja suatu unit organisasi. Efektivitas adalah mengukur hubungan antara hasil pungutan suatu pajak dengan potensi pajak itu sendiri. Adapun rumus untuk mengukur efektivitas pajak reklame adalah sebagai berikut (Triantoro, 2010).

$$\text{Efektivitas} = \frac{\text{Realisasi Penerimaan Pajak Reklame}}{\text{Target Penerimaan Pajak Reklame}} \times 100\%$$

Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 690.900-327 Tahun 1996 tentang Pedoman Penilaian dan Kinerja Keuangan dinyatakan sebagai berikut.

Tabel 3.2 Kriteria Efektivitas

Persentase	Kriteria
Di atas 100%	Sangat Efektif
90% - 100%	Efektif
80% - 90%	Cukup Efektif
60% - 80%	Kurang Efektif
Kurang dari 60%	Tidak Efektif

Sumber: Depdagri, Kepmendagri Nomor 690.900-327

3.5.5 Gambaran Prospek Penerimaan Pajak Reklame

Untuk memberikan gambaran prospek penerimaan pajak reklame Kota Makassar di masa yang akan datang dapat dihitung menggunakan analisis trend dengan rumus sebagai berikut.

$$Y = \alpha + \beta X$$

Keterangan:

Y : Nilai trend penerimaan Pajak Reklame

α : Konstanta

β : Koefisien

X : Periode waktu (tahun)

Untuk mencari besaran nilai α dan β digunakan rumus sebagai berikut.

$$\alpha = \frac{\sum Y}{n}$$

$$\beta = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

Keterangan:

Y : Penerimaan Pajak Reklame

n : Jumlah Data

X : Periode Waktu (tahun)

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai analisis potensi dan kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah (PAD) Kota Makassar dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Potensi pajak reklame pada tahun 2011-2013 terus mengalami peningkatan. Tahun 2011 potensi pajak reklame adalah sebesar Rp45.215.102.500,00, tahun 2012 sebesar Rp47.407.818.750,00, tahun 2013 sebesar Rp52.958.415.000,00. Pada tahun tahun 2014 dan 2015 potensi pajak reklame mengalami penurunan. Tahun 2014 pajak reklame adalah sebesar Rp50.249.688.750,00. Pada tahun 2015 potensi pajak reklame adalah sebesar Rp46.498.982.500,00.
2. Kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah pada tahun 2011 mencapai 6,11%, tahun 2012 mencapai 4,77%, tahun 2013 mencapai 3,72%, tahun 2014 mencapai 3,48%, tahun 2015 mencapai 2,95%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah pada tahun 2011-2015 sangat kurang.
3. Tingkat efektivitas penerimaan pajak reklame pada tahun 2011-2012 sangat efektif, masing-masing mencapai 105,85% dan 102,27%. Tahun 2013-2014 tingkat efektivitas penerimaan pajak reklame menunjukkan efektif, masing-masing mencapai 95,76% dan 96,01%. Tahun 2015 tingkat efektivitas penerimaan pajak reklame menunjukkan kurang efektif, karena hanya mampu mencapai 76,99%.

4. Analisis trend yang digunakan untuk melihat prospek penerimaan pajak reklame dalam jangka waktu lima tahun ke depan yaitu dari tahun 2016-2020 penerimaan pajak reklame akan mengalami peningkatan setiap tahun yang mencapai angka rata-rata sebesar Rp19.792.333.348,00.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan penulis, maka sebagai bahan pertimbangan agar potensi dan kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah (PAD) dapat lebih optimal, maka penulis mengemukakan saran sebagai berikut.

1. Pemerintah dalam hal ini Dinas Pendapatan Daerah Kota Makassar perlu melakukan pendataan secara rutin terhadap objek pajak reklame yang sudah ada sehingga dapat diketahui potensi yang sebenarnya melalui data objek pajak tersebut. Selain itu proses penetapan target harusnya memperhatikan potensi yang sebenarnya sehingga Dinas Pendapatan Daerah Kota Makassar akan terpacu untuk mencapai target tersebut dan dapat meningkatkan penerimaan pajak reklame.
2. Potensi yang belum tergali secara optimal dapat dimanfaatkan oleh pihak Dinas Pendapatan Daerah khususnya Bidang III Pajak Reklame guna memaksimalkan pendapatan pajak reklame.
3. Pemerintah dalam hal ini Dinas Pendapatan Daerah Kota Makassar dalam meningkatkan penerimaan pajak reklame agar mencapai tingkat sangat efektif sebaiknya melakukan sosialisasi dan penyuluhan secara rutin terhadap wajib pajak guna meningkatkan kesadaran wajib pajak terhadap kewajibannya dalam hal ketaatan pembayaran pajak tepat waktu dan tepat jumlah.
4. Diharapkan pada penelitian berikutnya yang akan membahas topik yang sama untuk memperluas ruang lingkup penelitiannya dan menambah jumlah

periode waktu penerimaan pajak reklame agar hasil yang didapat dalam menganalisis *trend* menjadi lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, Dwi. 2014. *Analisis Potensi Penerimaan Pajak Reklame dan Efektivitas Pajak Reklame dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Jepara*. Skripsi. Surakarta. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Arthur, Hendra Nick. 2012. E-Paper Bisnis Indonesia. *Pajak Reklame: Potensi di Makassar Rp180 Miliar*, (Online), (<http://finansial.bisnis.com/read/20120420/9/73415/pajak-reklame-potensi-di-makassar-rp180-miliar>, diakses 10 September 2016).
- Burton, Richard dan Wirawan B. Ilyas. 2011. *Hukum Pajak Edisi 5*. Jakarta: Salemba Empat.
- Departemen Dalam Negeri. Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 690.900-327. 1996. Tentang Pedoman Penilaian dan Kinerja Keuangan.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Keputusan Walikota Makassar Nomor: 500/423/KEP/IV/2009 Tentang Penetapan Perhitungan Nilai Sewa Reklame Kota Makassar*. 2009. Makassar: Dinas Pendapatan Kota Makassar.
- Mahmudi. 2010. *Manajemen Kinerja Sektor Publik Edisi Kedua*. Yogyakarta: UPP STIM YPKN.
- Mahyudin, Andi. 2014. *Analisis Kontribusi Pajak Reklame dan Pajak Hotel terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Makassar*. Skripsi. Makassar. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
- Mardiasmo. 2011. *Perpajakan Edisi Revisi*. Yogyakarta: ANDI.
- Peraturan Daerah Kota Makassar Nomor 3 Tahun 2010 tentang Pajak Daerah.
- Prakosa. 2005. *Pajak dan Retribusi Daerah Edisi Revisi*. Yogyakarta: UII Press.
- Resmi, Siti. 2014. *Perpajakan Teori dan Kasus Buku 1 Edisi 8*. Jakarta: Salemba Empat.
- Samudra, Azhari Azis. 2015. *Perpajakan di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Setiaji, Wirawan dan Priyo Hari Adi. 2007. *Peta Kemampuan Keuangan Daerah Sesudah Otonomi Daerah: Apakah Mengalami Pergeseran?* (Studi pada Kabupaten dan Kota se Jawa - Bali). Simposium Nasional Akuntansi X. Makassar.
- T. Guritno. 1992. *Kamus Ekonomi*. Jakarta: Erlangga

- Tim Penyusun Pedoman Penulisan Skripsi. 2012. *Pedoman Penulisan Skripsi*. Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
- Undang-undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah*. 2014. Jakarta: Sekretaris Negara Republik Indonesia.
- Undang-undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan*. 2007. Jakarta: Sekretaris Negara Republik Indonesia.
- Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*. 2009. Jakarta: Sekretaris Negara Republik Indonesia.
- Undang-undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah*. 2004. Jakarta: Sekretaris Negara Republik Indonesia.
- Utomo, Hindarto Prasetyo. 2006. *Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Kudus Tahun 2000-2004*. Skripsi. Semarang. Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang.
- Waluyo. 2008. *Perpajakan Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Widyaningsih, Aristanti. 2009. *Analisis Potensi Penerimaan Pajak Reklame Kota Bandung Periode Tahun 2001-2007*. (Online). Jurnal Fokus Ekonomi. Vol.4, No.1.
- Wisanggeni, Irwan. 2015. *Pajak di Beragam Sektor Usaha*. Jakarta Barat: Indeks.

LAMPIRAN

Lampiran 1**BIODATA****Identitas Diri**

Nama : Andi Fadli Hasan
Tempat, Tanggal Lahir : Pare-pare, 10 September 1994
Jenis Kelamin : Laki-laki
Alamat Rumah : Jl. Arsitektur Blok D No. 65, Perdos Antang
No. Telepon : 085130341536
E-mail : andifadlihasan@gmail.com

Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. SD Negeri 1 Ajakkang Ujunge (Tahun 2000-2006)
 - b. SMP Negeri 1 Soppeng Riaja (Tahun 2006-2009)
 - c. SMA Negeri 1 Soppeng Riaja (Tahun 2009-2012)
 - d. S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar (Tahun 2012-2016)
2. Pendidikan Nonformal
 - a. Pelatihan *Basic Character Study Skill* Universitas Hasanuddin (2012)
 - b. Latihan Kepemimpinan Tingkat Pertama (LK1) IMA FE-UH (2012)

Riwayat Organisasi

1. Pengurus Ikatan Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Periode 2014-2015
2. Organizing Committee 8th Hasanuddin Accounting Days IMA FE-UH (2015)

Demikian biodata ini dibuat dengan sebenarnya.

Makassar, 16 Januari 2017

Andi Fadli Hasan

Lampiran 2

PETA TEORI

No.	Penulis/Topik/ Judul Buku/Artikel	Tujuan Penelitian/ Penulisan Buku/Artikel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian/Isi Buku
1.	Andi Mahyudin Pawiloi. 2014. Analisis Kontribusi Pajak Reklame dan Pajak Hotel terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Makassar.	Mengetahui besarnya kontribusi pajak reklame dan pajak hotel terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota Makassar.	Deskriptif Kuantitatif	Kontribusi penerimaan pajak reklame dan pajak hotel terhadap PAD Kota Makassar pada tahun 2009-2013 relatif tidak signifikan karena trend keduanya berbanding terbalik dengan PAD Kota Makassar yang terus meningkat dalam lima tahun terakhir dan efektivitas penerimaan pajak reklame dan pajak hotel menurun dalam lima tahun terakhir sehingga belum mampu meningkatkan kontribusi pajak reklame dan pajak hotel terhadap PAD Kota Makassar.
2.	Aristanti Widyaningsih. 2009. Analisis Potensi Penerimaan Pajak Reklame Kota Bandung Periode 2001-2007.	Mengetahui potensi penerimaan pajak reklame dan kontribusi pajak reklame di Kota Bandung.	Deskriptif Analitis	Potensi penerimaan pajak reklame yang diperoleh pada tahun 2001 dan 2002 berada di bawah target dan realisasi, sedangkan pada tahun 2003-2007 potensi penerimaan pajak reklame yang diperoleh lebih tinggi dari target dan realisasi.

No.	Penulis/Topik/ Judul Buku/Artikel	Tujuan Penelitian/ Penulisan Buku/Artikel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian/Isi Buku
3.	Dwi Anggraeni. 2014. Analisis Potensi Penerimaan Pajak Reklame dan Efektivitas Pajak Reklame dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Jepara.	Menganalisis potensi penerimaan pajak reklame dan efektivitas pajak reklame di Kabupaten Jepara selama tahun 2008- 2012.	Deskriptif Kuantitatif	Potensi Pajak Reklame di Kabupaten Jepara belum tercapai secara optimal. Tingkat efektivitas Pajak Reklame di kabupaten Jepara pada tahun 2008 dan 2009 sudah sangat tinggi, namun pada tahun 2010 dan 2012 tingkat efektifitasnya sangat menurun.
4.	Hindarto Prasetyo Utomo. 2006. Kontribusi Pajak Reklame terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Kudus Tahun 2000-2004.	Mengetahui potensi penerimaan pajak reklame dan kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Kudus.	Deskriptif Kuantitatif	Potensi pajak reklame sebagai salah satu sumber PAD sangat potensial, dimana penerimaan pajak reklame yang setiap tahunnya selalu mengalami kenaikan. Sedangkan kontribusi pajak reklame terhadap PAD selama lima tahun rata-rata sebesar 0,97% akan tetapi cukup berarti dalam pembiayaan penyelenggaraan pemerintah.

Lampiran 3**DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA**

1. Bagaimana alur pelayanan pajak reklame ?
2. Apa kendala yang dihadapi dalam melakukan pemungutan pajak reklame ?
3. Apa sanksi yang diberikan kepada wajib pajak reklame yang tidak patuh terhadap peraturan yang telah ditetapkan ?
4. Bagaimana upaya yang dilakukan dalam meningkatkan penerimaan pajak reklame ?

Lampiran 4

TARGET DAN REALISASI PENDAPATAN ASLI DAERAH DAN PAJAK DAERAH KOTA MAKASSAR TAHUN 2011-2015



DINAS PENDAPATAN DAERAH KOTA MAKASSAR
RINGKASAN LAPORAN REALISASI ANGGARAN PENDAPATAN DAN BELANJA DAERAH
TAHUN ANGGARAN 2011

NO Rek	URAIAN	ANGGARAN SETELAH PERUBAHAN	REALISASI	BERTAMBAH/ BERKURANG	
				(Rp)	%
1	2	3	4	5	6
4	PENDAPATAN DAERAH	411.708.602.000,00	402.031.170.377,00	(9.677.431.623,00)	97,65
4.1	PENDAPATAN ASLI DAERAH	269.892.056.000,00	277.226.961.668,00	7.334.905.668,00	102,72
4.1.1	Pendapatan Pajak Daerah	260.486.460.000,00	270.547.821.316,00	10.061.361.316,00	103,86
4.1.2	Pendapatan Retribusi Daerah	9.405.596.000,00	6.679.140.352,00	(2.726.455.648,00)	71,01
4.1.3	Pendapatan Hasil Peng. Kekayaan Daerah yg Dipisahkan	0,00		0,00	0,00
4.1.4	Lain-lain Pendapatan Asli Daerah yang Sah	0,00		0,00	0,00



DINAS PENDAPATAN DAERAH KOTA MAKASSAR
RINGKASAN LAPORAN REALISASI ANGGARAN PENDAPATAN DAN BELANJA DAERAH
TAHUN ANGGARAN 2012

NO Rek	URAIAN	ANGGARAN SETELAH PERUBAHAN	REALISASI	BERTAMBAH/ BERKURANG	
				(Rp)	%
1	2	3	4	5	6
4	PENDAPATAN DAERAH	490.179.934.000,00	556.202.758.215,00	66.022.824.215,00	113,4
4.1	PENDAPATAN ASLI DAERAH	347.594.900.000,00	395.659.198.905,00	48.064.298.905,00	113,8
4.1.1	Pendapatan Pajak Daerah	337.167.338.150,00	388.445.926.266,00	51.278.588.116,00	115,2
4.1.2	Pendapatan Retribusi Daerah	10.427.561.850,00	7.213.272.639,00	-3.214.289.211,00	69,1
4.1.3	Pendapatan Hasil Peng. Kekayaan Daerah yg Dipisahkan	0,00		0,00	0,0
4.1.4	Lain-lain Pendapatan Asli Daerah yang Sah	0,00		0,00	0,0



DINAS PENDAPATAN DAERAH KOTA MAKASSAR
LAPORAN REALISASI ANGGARAN PENDAPATAN DAN BELANJA DAERAH
UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR SAMPAI DENGAN 31 DESEMBER 2014 DAN 2013

NO	URAIAN	ANGGARAN 2014	REALISASI 2014	%	REALISASI 2013
1	2	3	4	5	6
1	PENDAPATAN				
2	PENDAPATAN ASLI DAERAH				
3	Pendapatan Pajak Daerah	672.081.995.000,00	561.684.151.009,96	83,57	518.706.710.508,23
4	Pendapatan Retribusi Daerah	9.680.827.000,00	8.109.845.648,00	83,77	7.801.477.003,00
5	Pendapatan Hasil Peng. Kekayaan Daerah yg Dipisahkan	-	-	-	-
6	Lain-lain Pendapatan Asli Daerah yang Sah	-	-	-	-
7	Jumlah Pendapatan Asli Daerah	681.762.822.000,00	569.793.996.657,96	83,58	526.508.187.511,23

PEMERINTAH KOTA MAKASSAR
DINAS PENDAPATAN DAERAH
LAPORAN REALISASI ANGGARAN PENDAPATAN DAN BELANJA DAERAH
UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR SAMPAI DENGAN 31 DESEMBER 2015 DAN 2014

NO	URAIAN	ANGGARAN 2015	REALISASI 2015	%	REALISASI 2014
1	2	3	4	5	6
1	PENDAPATAN				
2	PENDAPATAN ASLI DAERAH				
3	Pendapatan Pajak Daerah	785.486.018.000,00	635.647.206.877,06	80,92	561.684.151.009,96
4	Pendapatan Retribusi Daerah	15.963.925.000,00	9.101.781.365,00	57,01	8.109.845.648,00
5	Pendapatan Hasil Peng. Kekayaan Daerah yg Dipisahkan	-	-	-	-
6	Lain-lain Pendapatan Asli Daerah yang Sah	-	-	-	-
7	Jumlah Pendapatan Asli Daerah	801.449.943.000,00	644.748.988.242,06	80,45	569.793.996.657,96

Lampiran 5

**TARGET DAN REALISASI PAJAK REKLAME KOTA MAKASSAR
TAHUN 2011-2015**

Realisasi Pajak Reklame 2008 - 2012		
MASA PAJAK	Target	Realisasi
2008	6,588,006,480	4,843,715,225
2009	10,079,284,950	7,093,462,210
2010	10,386,827,000	11,336,841,164
2011	16,000,079,000	16,936,119,593
2012	18,448,581,150	18,866,776,421

**REALISASI PENERIMAAN
PAJAK REKLAME & PAJAK LAINNYA
TAHUN 2014**

NO	REKENING	TARGET 2014	REALISASI PENERIMAAN
1	PAJAK REKLAME	20,684,801,850	19,859,276,223
A	REKLAME BILLBOARD/VIDEOTRON/MEGATRONE	18,275,249,500	19,221,090,788
	REKLAME MEGATRONE / VIDEOTRON / MEGATRONE	0	2,064,195,721
	REKLAME BILLBOARD MELINTANG DIATAS JALAN	0	1,405,480,625
	REKLAME BILLBOARD	0	11,987,047,635
	REKLAME PAPAN (MENEMPEL)	0	2,033,621,338
	REKLAME BALIHO	0	1,730,745,469
B	REKLAME KAIN	2,299,852,500	578,897,935
	REKLAME KAIN	0	578,897,935
C	REKLAME BERJALAN	109,699,850	59,287,500
	REKLAME BERJALAN (MOBIL)	0	59,053,124
	REKLAME BERJALAN (SEPEDA MOTOR)		187,500
	REKLAME BERJALAN (GROBAK)		46,876
2	RETRIBUSI PEMAKAIAAN KEKAYAAN DAERAH	9,680,827,000	8,109,845,683
A	RETRIBUSI PENGGUNAAN TANAH UNTUK PEMASANGAN REKLAME	2,362,327,000	2,467,608,883
B	RETRIBUSI PENAWARAN TITIK REKLAME	7,318,500,000	5,642,236,800
3	SARANG BURUNG WALET	0	0
4	GALIAN GOLONGAN C	0	0
		30,365,628,850	27,969,121,906

**PAJAK REKLAME & PAJAK LAINNYA
TAHUN 2015**

NO	REKENING	TARGET 2015	REALISASI PENERIMAAN
1	PAJAK REKLAME	24,748,643,400	19,053,483,084
A	REKLAME BILLBOARD/VIDEOTRON/MEGATRONE	22,423,840,900	18,382,576,316
	REKLAME MEGATRONE / VIDEOTRON / MEGATRONE	0	2,313,229,052
	REKLAME BILLBOARD MELINTANG DIATAS JALAN	0	1,068,872,500
	REKLAME BILLBOARD	0	11,853,465,311
	REKLAME PAPAN (MENEMPEL)	0	1,694,271,327
	REKLAME BALIHO	0	1,452,738,126
B	REKLAME KAIN	2,215,115,000	613,203,642
	REKLAME KAIN	0	613,203,642
C	REKLAME BERJALAN	109,687,500	57,703,126
	REKLAME BERJALAN (MOBIL)	0	55,312,500
	REKLAME BERJALAN (SEPEDA MOTOR)		2,343,750
	REKLAME BERJALAN (GROBAK)		46,876
2	RETRIBUSI PEMAKAIAAN KEKAYAAN DAERAH	15,963,925,000	9,101,781,365
A	RETRIBUSI PENGGUNAAN TANAH UNTUK PEMASANGAN REKLAME	0	3,690,801,365
B	RETRIBUSI PENAWARAN TITIK REKLAME	0	5,410,980,000
3	SARANG BURUNG WALET	0	0
4	GALIAN GOLONGAN C	0	0
JUMLAH TOTAL			28,155,264,449

Lampiran 6

**PENGGOLONGAN/JENIS REKLAME DAN JUMLAH REKLAME KOTA
MAKASSAR TAHUN 2011-2015**

Periode	Jenis Reklame								Total
	Megatron/ Videotron/ LED	Bando	Billboard	Papan (Menempel)	Baliho	Kain	Berjalan	Udara	
2011	7	38	1.744	1.775	677	1.671	41	0	5.962
2012	4	38	2.172	1.738	608	1.432	81	0	6.073
2013	5	43	3.261	2.041	523	1.016	132	0	7.021
2014	10	35	3.880	1.626	349	975	69	0	6.944
2015	10	28	3.652	1.581	310	912	74	1	6.568

Lampiran 7

PERHITUNGAN NILAI SEWA REKLAME KOTA MAKASSAR

Lampiran 1
Nomor
Tanggal
Tentang

Keputusan Walikota Makassar
500/423/Kep/IV/2009
: 30 April 2009
: Penetapan Perhitungan Nilai Sewa Reklame Kota Makassar

A. REKLAME PERMANEN

No	Jenis Reklame	Masa Pajak	Nilai Jual Objek Pajak Reklame			Nilai Strategis					
			Luas Bidang (Rp / m ²)			Lokasi		Sudut Pandang		Ketinggian	
			1-4,99 m ²	5 - 24,99 m ²	> 25 m ²	Bobot = 60%	Skor	Bobot = 15%	Skor	Bobot = 25%	Skor
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Reklame Megatron/Videotron/LED	Per tahun	3,000,000	3,500,000	4,000,000	Jln. Kls. A	3	> dari 4 arah	5	>10m	3
2	Reklame Billboard yang melintas diatas jalan (Bando Jalan)	Per tahun	1,750,000	2,250,000	2,500,000	Jln. Kls. B	2	4 arah	4	5 - 9,99m	2
						Jln. Kls. C	1	3 arah	3	0 - 4,99m	1
3	Reklame Billboard	Per tahun	1,000,000	1,300,000	1,600,000			2 arah	2		
4	Reklame Papan (Menempel)	Per tahun	300,000	600,000	800,000			1 arah	1		

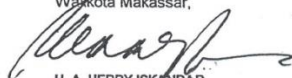
Nilai satuan Nilai strategis adalah sebagai berikut :

Luas Reklame >25 m² = Rp. 600,000
Luas Reklame 5 - 24,99 m² = Rp. 400,000
Luas Reklame 1 - 4,99 m² = Rp. 200,000

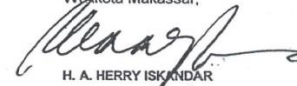
B. REKLAME ISEDENTIL

No	Jenis Reklame	Masa Pajak	Satuan M ²	NUOP REKLAME			NILAI STRATEGIS		
				1-4,99 m ²	5-24,99 m ²	25 m ² keatas	Jalan Kelas A	Jalan Kelas B	Jalan Kelas C
				5	6	7	8	9	10
1	Balho	Per Minggu	M2	75,000	125,000	150,000	50,000	35,000	20,000
2	Kain / Spanduk / umbul-umbul	Per Minggu	M2	25,000	30,000	35,000	20,000	15,000	10,000
3	Selebaran / Brosur / Leaflet	Perbulan	Perlembar	6,000	-	-	2,000	1,750	1,500
4	Stiker / Melekat	Perbulan	Perbuah	-	-	-	-	-	-
	Reklame Berjalan			-	-	-	-	-	-
	a. Mobil			1,125,000	-	-	750,000	-	-
	b. Motor			300,000	-	-	75,000	-	-
	c. Gerobak			150,000	-	-	37,500	-	-
5	Film / Slide	Perbulan	Permenit	15,000	-	-	3,750	-	-
6	Reklame Suara	Perhari		60,000	-	-	20,000	-	-
7	Udara	Perbulan	Perbuah	1,125,000	-	-	750,000	-	-
8	Reklame Peragaan	1 x peragaan		1,125,000	-	-	375,000	-	-

Walikota Makassar,


H. A. HERRY ISKANDAR

Walikota Makassar,



H. A. HERRY ISKANDAR